

De rol van verschillende typen van crisisverantwoordelijkheid bij het ontstaan van emoties tijdens een crisissituatie

**The role of different types of crisis responsibility in the existence of emotions during a crisis
situation**

Theoretisch gestuurd Masterscriptie

Nienke van Beek

s4245687

nienkevan.beek@student.ru.nl

06-14923128

Eerste begeleider: Martijn Balsters

Tweede lezer: Anika Batenburg

Samenvatting

Gedurende een crisissituatie ontstaan er verschillende emoties bij stakeholders en worden deze emoties beïnvloed door de mate van crisisverantwoordelijkheid van de betreffende organisatie. Deze emoties zijn van invloed op de beoordeling van de crisisorganisatie door stakeholders. Eerder onderzoek heeft vooral gekeken naar de emoties die worden geuit tijdens een crisissituatie. Echter, er is nog niet eerder onderzoek gedaan naar welke emoties stakeholders ervaren binnen de verschillende crisisclusters volgens het SCCT-model van Coombs (2007) waarbij de crisisverantwoordelijkheid varieert. In dit onderzoek is onderzocht welke emoties geassocieerde worden binnen de drie verschillende crisisclusters, namelijk het *victim*, *accidental* en *preventable* cluster. In het *victim* cluster is de verantwoordelijkheid het laagste en in het *preventable* cluster het hoogste. Daarbij is gebruik gemaakt van twee emotie clusters volgens Jin et al. (2014), namelijk *attribution dependent* (AI) en *external attribution dependent* (EAD) emoties. In het AI cluster wordt er geen verantwoordelijkheid toegeschreven door mensen aan een gebeurtenis en in het EAD cluster wel. In een online enquête kregen 127 Nederlandse proefpersonen drie crisisboodschappen voorgelegd behorende bij de drie verschillende crisisclusters. Na elke boodschap werd hen gevraagd in welke mate zij de elf emoties ervoeren. Resultaten lieten zien zowel AI als EAD emoties het meeste werden ervaren in het *preventable* cluster. Dit betekent dat wanneer een organisatie verantwoordelijk is voor een crisissituatie, er emoties ontstaan die karakteriserend zijn voor het toeschrijven van geen verantwoordelijkheid aan iets (EAD emoties). Ook stonden er emoties centraal die niet karakteriserend waren voor het *preventable* cluster, namelijk AI emoties. Deze resultaten laten dus zien dat crisisverantwoordelijkheid een rol speelt bij het ontstaan van emoties bij stakeholders in het *preventable* cluster. Voor het *accidental* en *victim* cluster was dit niet het geval.

Voorwoord

Deze masterscriptie vormt de afsluiting van mijn master Communicatie & Beïnvloeding aan de Radboud Universiteit Nijmegen. In deze master staat het vooral centraal hoe je als organisatie het gedrag van mensen kunt beïnvloeden met behulp van communicatie. Crisiscommunicatie speelde een belangrijke rol in de master en heeft mij erg geboeid. Vandaar dat ik ervoor gekozen heb om in mijn masterscriptie dit onderwerp te kiezen en verder te onderzoeken.

Het afronden van deze masterscriptie heeft mij vele uren hard werken en energie gekost. Zonder de hulp van een aantal mensen had ik mijn scriptie niet kunnen realiseren. Daarom wil ik iedereen hartelijk bedanken die mij geholpen hebben alles tot een goed einde te brengen. Ten eerste wil ik natuurlijk mijn begeleider Martijn Balsters bedanken. Gedurende het hele proces heeft hij mij goed en vakkundig begeleid. Daarnaast wil ik mijn vriend en familie bedanken die mij telkens gesteund hebben op momenten dat ik het zwaar had. Tot slot wil ik ook nog graag alle proefpersonen bedanken die hebben deelgenomen aan het onderzoek om mijn vragenlijst in te vullen. Zonder hen was het ook zeker niet gelukt.

1. Aanleiding

Regelmatig komen organisaties in het nieuws nadat er een crisis heeft plaatsgevonden. Een voorbeeld van een grote crisissituatie is de olieramp van BP die in 2010 plaatsvond. Daarbij explodeerde een boorplatform in de Golf van Mexico waarbij elf mensen om het leven kwamen en enorme hoeveelheden olie in de zee stroomden. Het platform werd geleased door BP en achteraf bleek dat de ramp veroorzaakt werd door slecht management en nalatigheid vanuit het bedrijf. Het bedrijf was namelijk uit op geld- en tijdbesparing (Trouw, 2011). Vaak zorgt een dergelijke crisis voor reputatieschade. Dit kan erg nadelig zijn voor een organisatie, omdat zij daarmee onaantrekkelijk worden voor hun stakeholders (Brown, 2006). De mate van verantwoordelijkheid speelt daarnaast een belangrijke rol bij het bepalen van de reputatie van een organisatie. Deze reputatie wordt steeds ernstiger bedreigd als de organisatie steeds meer verantwoordelijk is voor een crisis (Coombs, 2007).

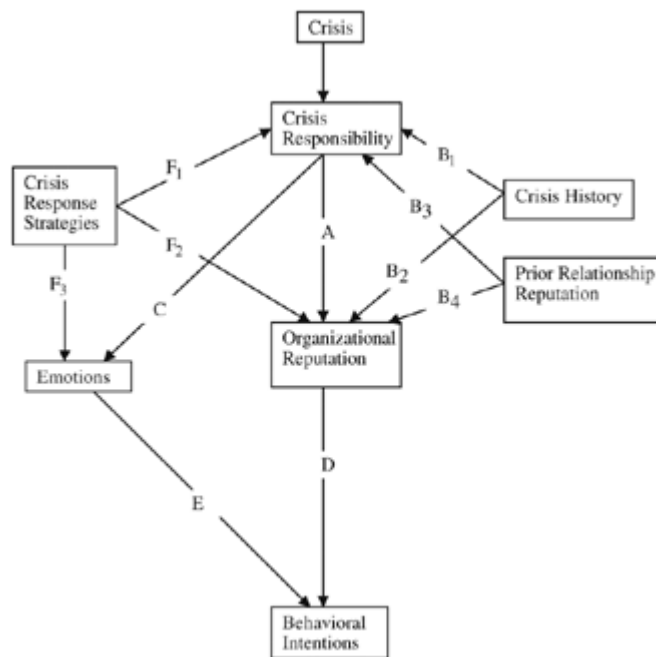
Daarnaast ontstaan er bij een crisissituatie verschillende emoties bij stakeholders. Deze emoties kunnen van invloed zijn op hoe men een organisatie beoordeelt. Ook zijn de ontstane emoties een van de belangrijkste indicatoren voor een stakeholder om een crisissituatie op een juiste manier te interpreteren (Jin, Pang, & Cameron, 2010). Naast dat de mate van verantwoordelijkheid een belangrijke voorspeller is voor de organisatiereputatie, is dit ook een belangrijke voorspeller voor de emoties die ontstaan bij een crisissituatie. Er treden namelijk meer negatieve emoties op bij stakeholders indien een organisatie als verantwoordelijk wordt gezien voor een crisis. Andersom zullen er juist minder negatieve emoties optreden indien een organisatie nauwelijks als verantwoordelijk wordt gezien (Coombs, 2007). Vooralsnog is er nog maar weinig onderzoek gedaan naar welke emoties naar boven komen bij verschillende crisistypen waarbij de crisisverantwoordelijkheid varieert. Het is van belang om deze emoties te begrijpen, omdat de emoties namelijk direct van invloed zijn op gedragsintentie die men heeft bij een organisatie (Coombs, 2007). Als er meer bekend is over deze emoties, kan er beter op ingespeeld worden. Daarom wordt in dit onderzoek nagegaan welke emoties geassocieerd worden met de verschillende mate van crisisverantwoordelijkheid van een organisatie tijdens een crisissituatie.

2. Theoretisch kader

2.1 Crisiscommunicatie

Coombs (2007) definieert een bedrijfscrisis als een plotselinge en onverwachte gebeurtenis die de operaties binnen een organisatie onderbreekt en onzekerheid veroorzaakt. Een crisis kan de communicatie over en weer tussen een organisatie en zijn stakeholders belemmeren en daarnaast de relatie met de stakeholders verslechteren doordat de organisatiereputatie en het vertrouwen van de stakeholders worden aangetast. Organisatiereputatie wordt gezien als een waardevol bezit. Een goede reputatie trekt onder andere klanten, goede werknemers en investeerders aan en de financiële prestaties worden verbeterd (Van der Meer & Verhoeven, 2014). Indien een crisis de organisatiereputatie aantast en de reputatie daardoor verslechtert, kan dit erg nadelig zijn. De reputatie is namelijk direct van invloed is op de gedragsintentie waardoor stakeholders bijvoorbeeld anders omgaan met de organisatie (Nguyen & Leblanc, 2001). Daarom is het van belang dat er snelle en effectieve crisiscommunicatie plaatsvindt tussen een organisatie en de stakeholders om reputatieschade zo veel mogelijk te beperken. Crisiscommunicatie heeft als doel om informatie te verstrekken en daarmee stakeholders te helpen om een betekenis te geven aan de situatie. Voor een organisatie is het van belang om bij een crisis een geschikte reactiestrategie te kiezen die in overeenstemming is met de crisissituatie. De reactiestrategieën kunnen de percepties en meningen van stakeholders sturen en daarnaast het imago herstellen en reputatieschade voorkomen (Coombs & Holladay, 2002).

Een groot scala aan onderzoek heeft zich gericht op hoe crisiscommunicatie het beste ingezet kan worden om de organisatiereputatie zo veel mogelijk te beschermen en te herstellen tijdens een crisis. Deze onderzoeken hebben verschillende methodes opgeleverd en een van de meest bekende is de *Situational Crisis Communication Theory* model (SCCT-model) van Coombs (2007). Dit model staat ook centraal in dit onderzoek. Het SCCT model biedt communicatiemanagers een overzicht over hoe crisiscommunicatie ingezet kan worden om de organisatiereputatie zoveel mogelijk te beschermen tijdens een crisis. Het model laat zien dat verschillende factoren een rol spelen die van invloed zijn op de organisatiereputatie wanneer er een crisis plaatsvindt. Aan het SCCT model ligt de attributietheorie ten grondslag (Weiner, 1986, 1995). De attributietheorie stelt dat mensen graag een reden vinden voor het eigen gedrag of het gedrag van een ander. Mensen zijn op zoek naar oorzaken voor bepaalde gebeurtenissen en wie daarvoor verantwoordelijk zijn. Vooral bij negatieve gebeurtenissen, zoals een crisis, willen mensen verantwoordelijkheid toeschrijven aan de gebeurtenis.



Figuur 1. SCCT-model. Overgenomen van Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory, W.T. Coombs, 2007, *Corporate Reputation Review*, 10, 163-176.

2.2 Crisisverantwoordelijkheid en crisis clusters

Volgens het SCCT-model is crisisverantwoordelijkheid één van de belangrijkste factoren die van invloed is op de organisatiereputatie. Hoe meer een organisatie verantwoordelijk is voor een crisis, hoe nadeliger dit is voor de organisatiereputatie. Zoals te zien is in figuur 1, zijn er naast crisisverantwoordelijkheid nog twee andere factoren die van invloed zijn op de reputatie, namelijk *crisisgeschiedenis* en *relatiegeschiedenis* (Coombs, 2007). Crisisgeschiedenis houdt in hoe vaak een organisatie al in aanmerking is geweest met een crisis. Relatiegeschiedenis houdt in hoe goed de stakeholders in het verleden zijn behandeld door de organisatie. Daarnaast zijn ook de *reactiestrategieën* van invloed op de reputatie. Echter, dit is een factor die wordt ingezet om de reputatie zoveel mogelijk te herstellen. Dat terwijl de andere factoren juist de reputatie kunnen aantasten (Coombs, 2007). Ondanks dat crisisgeschiedenis, relatiegeschiedenis en reactiestrategieën belangrijke factoren zijn in het SCCT-model, zullen deze factoren in het huidige onderzoek verder buiten beschouwing worden gelaten. Deze studie bestudeert enkel de crisisverantwoordelijkheid en wat voor effect dit heeft op de emoties bij stakeholders.

Om de mate van crisisverantwoordelijkheid te bepalen, wordt er gebruik gemaakt van verschillende *crisisclusters* (crisistypen). Een crisiscluster is een framework dat aangeeft hoe mensen een crisis moeten interpreteren en hoeveel verantwoordelijkheid stakeholders moeten toeschrijven aan de organisatie (Coombs, 2004). Volgens Coombs (2007) bestaan er drie verschillende crisisclusters. Het

eerste cluster betreft het *victim* cluster, waarbij de organisatie vooral als slachtoffer wordt gezien van de crisis. De organisatie is dus niet verantwoordelijk voor de crisis en er is nauwelijks sprake van reputatiebedreiging. Voorbeelden van crisissituaties zijn natuurrampen, geruchten en geweld op de werkvloer. Het tweede cluster betreft het *accidental* cluster, waarbij de crisis als onbedoeld of oncontroleerbaar door de organisatie wordt gezien. De organisatie wordt als minimaal verantwoordelijk gezien voor de crisis en er is sprake van matige reputatiebedreiging. Voorbeelden zijn productschade als gevolg van een technische fout of een ongeluk door een technische fout. Het laatste cluster betreft het *preventable* cluster, waarbij de organisatie als erg verantwoordelijk wordt gezien en de crisis dus doelbewust heeft veroorzaakt. Daarnaast is er sprake van ernstige reputatiebedreiging. Voorbeelden zijn ongelukken door menselijke fouten, productschade door menselijke fouten of organisatorische misdaad. Door het juiste crisistype te identificeren, hebben communicatiemanagers meer inzicht in de mate van verantwoordelijkheid die stakeholders toeschrijven aan een bedrijf. Hoe meer crisisverantwoordelijkheid stakeholders toeschrijven aan een organisatie, hoe nadeliger dit namelijk kan zijn voor de organisatiereputatie (Zhang, 2015).

2.3 Emoties in crisiscommunicatie

Tijdens een crisis ontstaan er verschillende emoties bij stakeholders. Loewenstein, Weber, Hsee en Welch (2001) veronderstellen dat emoties kunnen dienen als informatie voor stakeholders om hun oordelen en beslissingen te sturen. De emoties die ontstaan bij stakeholders, ontstaan vaak niet op een specifieke manier. Ook ervaren stakeholders geen vaste emoties bij verschillende crisissituaties en kunnen deze emoties dus variëren (Jin, Pang & Cameron 2010). Ook in het SCCT model staan emoties centraal. Volgens het model is crisisverantwoordelijkheid niet alleen van invloed op de reputatie, maar heeft het ook effect op de emoties (Coombs, 2007). Eerder onderzoek heeft laten zien dat stakeholders die crisisverantwoordelijkheid toekennen aan een organisatie, een sterke negatieve emotionele reactie ervaren zoals woede, angst, bezorgdheid en minachting. Deze reactie is vervolgens weer van invloed op het gedrag van stakeholders zoals aankoopgedrag (Coombs, 2007; Jin, Pang & Cameron, 2007; Choi & Lin, 2009; McDonald, Sparks & Glendon, 2010; Utz, Schultz & Gocka, 2013). Het is dus van belang om de relatie tussen crisisverantwoordelijkheid en emoties te begrijpen zodat bedrijven hun crisiscommunicatie beter kunnen afstemmen op de emoties van hun stakeholders (Coombs, 2007; McDonald, Sparks & Glendon, 2010). Dit onderzoek doet een poging om deze relatie beter te begrijpen.

Een manier om deze relatie te begrijpen, is aan de hand van het onderzoek van Choi en Lin (2009). Zij hebben emoties ingedeeld in *attribution independent* (AI) en *attribution dependent* (AD) emoties. Zij baseerden hun indeling op die van de attributie theorie van Weiner (1986). AI emoties ontstaan door het alleen waarnemen van een gebeurtenis, waarbij men geen oorzaak zoekt voor de gebeurtenis. AD emoties ontstaan wanneer een gebeurtenis wordt waargenomen en mensen juist wel op

zoek gaan naar de oorzaak van de gebeurtenis. Vaak zorgen AD emoties voor onverwachte en negatieve gevolgen. Choi en Lin (2009) onderzochten deze twee typen emoties door naar de emotionele reacties te kijken van consumenten naar aanleiding van een crisis. De resultaten lieten zien dat crisisverantwoordelijkheid één van de voorspellers van AD is. Boosheid, verbazing, bezorgdheid, angst, minachting en opluchting zijn voorbeelden van afhankelijke emoties die ontstaan wanneer iemand verantwoordelijkheid wil toeschrijven voor een crisis. Blijheid, verwarring, afschuw, schaamte en medeleven zijn voorbeelden van onafhankelijke emoties die er werden gevonden wanneer iemand niet direct verantwoordelijkheid wil toeschrijven aan een crisis (Choi & Lin, 2009).

Jin, Liu, Anagondahalli en Austin (2014) hebben in hun onderzoek ook gebruik gemaakt van AI en AD emoties. Echter, zij hebben een extra cluster van emoties toegevoegd en op die manier een schaal ontwikkeld om crisis emoties bij het publiek te meten en te voorspellen. Op die manier kan er nog beter naar de relatie tussen crisisverantwoordelijkheid en emoties worden gekeken. Zoals te zien is in tabel 1 (Jin, Liu, Anagondahalli & Austin, 2014, p. 514), hebben zij AD emoties onderverdeeld in *internal attribution dependent* (IAD) en *external attribution dependent* (EAD) emoties. IAD houdt in dat er emoties ontstaan doordat men zichzelf iets toeschrijft tijdens de crisissituatie. Men acht zichzelf dus als het ware verantwoordelijk voor de situatie. EAD houdt in dat er emoties ontstaan doordat je de organisatie verantwoordelijkheid toeschrijft tijdens de crisissituatie en de oorzaak dus echt van buitenaf komt. Tabel 1 geeft een overzicht van de elf gevonden emoties die het publiek kan ervaren binnen de drie verschillende clusters. Zowel voor de clusterindeling van Choi en Lin (2009) als die van Jin et al. (2014) geldt dat mensen vaak geen vaste emoties per cluster kunnen ervaren. De clusters hangen namelijk met elkaar samen waardoor mensen tegelijkertijd emoties van verschillende clusters kunnen ervaren. Aangezien de indeling van emoties van Jin et al. (2014) een goede schaal is om emoties bij mensen te meten, wordt deze indeling ook gebruikt in het huidige onderzoek.

Tabel 1*Structurele analyse van crisisemoties bij het publiek*

Factor	Items
Factor 1 Attribution-independent (AI) Crisis emoties	Bezorgdheid Angst Vrees Medeleven
Factor 2 Internal-attribution-dependent (IAD) Crisis emoties	Schuld Verlegenheid Schaamte
Factor 3 External-attribution-dependent (EAD) Crisis emoties	Walging Minachting Woede Verdriet

Bewerkt van Scale development for measuring publics' emotions in organizational crises, Jin, Y., Liu, B.F., Anagondahalli, D., & Austin, L., 2014, *Public Relations Review*, 40(3), 509-518.

2.4 Emoties en andere factoren

Volgens Coombs (2007) hebben emoties een direct effect op de gedragsintentie in het SCCT-model. Eerder werd beschreven dat verhoogde crisisverantwoordelijkheid zorgt voor negatieve emoties. Deze negatieve emoties kunnen er toe leiden dat stakeholders negatieve gedragsintenties krijgen bij een organisatie. Voorbeelden van negatieve gedragsintenties kunnen zijn dat stakeholders zich mengen in negatieve mond-tot-mondreclame of dat zij het contact met de organisatie verbreken (Coombs & Holladay, 2004). Dus hoe sterker de negatieve emoties bij stakeholders in een crisissituatie, hoe minder waarschijnlijk het is dat stakeholders voordelige gedragsintenties hebben bij een organisatie.

Daarnaast hebben emoties volgens het SCCT-model geen directe invloed op de reputatie. Toch is het niet ondenkbaar dat emoties wel degelijk van invloed zijn op de reputatie. Verschillende onderzoeken hebben het verband tussen emoties en reputatie aangetoond (Choi & Lin, 2009; Ultz et al., 2013; Gerards & Janssen, 2016). Janssen en Gerards (2016) vonden in hun onderzoek dat stakeholders die woedend waren, negatiever oordeelden over de organisatiereputatie. Een verklaring voor dit verband is dat emotie kan dienen als informatie bij het maken van oordelen en besluiten over bijvoorbeeld de reputatie (Loewenstein et al., 2001). Daarnaast wordt emotie als een reputatiedimensie gezien volgens het Harris-Fombrun Reputation Quotient (Van Riel & Fombrun, 2007).

2.5 Geslacht en emoties

Een verband dat tevens niet wordt genoemd in het SCCT-model, maar zeker niet onwaarschijnlijk is, is dat geslacht ook een effect kan hebben op de emoties die stakeholders ervaren tijdens een crisis. Mannen en vrouwen verschillen namelijk sterk van elkaar wat betreft informatieverwerking (Meyers-Levy en Maheswaran, 1991). Vrouwen nemen veel verschillende informatie op en zij creëren van al deze informatie een totaalbeeld zonder na te gaan of deze informatie wel of niet relevant is. Het mannelijke brein sorteert informatie juist eerst op een logische manier en zijn dus beter in het opnemen van alleen relevante informatie (Everhart, Shucard, Quatrin & Shucard, 2001). Daarnaast verschillen mannen en vrouwen ook in het tonen van emoties. Verschillende studies hebben aangetoond dat vrouwen vaak geëmotioneerder zijn dan mannen (Grossman & Wood, 1993; Barrett, Robin, Pietromonaco, & Eysell, 1998). Uit een recent onderzoek van Deng, Chang, Yang en Zhou (2016), waarin een experiment werd uitgevoerd waarbinnen proefpersonen zestien verschillende videofragmenten kregen te zien die bestonden uit acht typen emoties, bleek dat mannen minder vaak hun emoties uiten. Vrouwen uiten en beschrijven hun emoties juist meer en dan vooral bij negatieve emoties. Tevens bleek uit dit onderzoek dat vrouwen vaker emoties als angst, verlegenheid en blijdschap vertonen. Bij mannen zijn dat juist meer dominante emoties zoals woede en trots (Plant, Kling & Smith, 2000).

2.6 Huidig onderzoek

Ondanks dat verschillende studies het belang van het uiten van emoties tijdens een crisissituatie hebben onderzocht, is nog niet eerder onderzoek gedaan naar welke emoties het publiek ervaart binnen de drie verschillende crisisclusters (Coomb's, 2007). Door te begrijpen welke dominante emoties er optreden bij stakeholders in verschillende crisissituaties, is men beter in staat om hier op in te spelen. Zo kunnen er gepaste reactiestrategieën ontwikkeld worden waarbinnen die dominante emoties centraal staan. Daarnaast hebben verschillende onderzoekers een overzicht gemaakt van welke dominante emoties stakeholders kunnen ervaren in verschillende crisissituaties om op die manier de relatie tussen crisisverantwoordelijkheid en emoties beter te begrijpen (Jin, Pang & Cameron, 2007; Choi & Lin, 2009; Jin et al. ; 2014). Het overzicht van Jin et al. (2014) biedt daarbij de meest valide en betrouwbare schaal om deze relatie te onderzoeken. Aangezien in het *victim* en *accidental* cluster de organisatie niet tot nauwelijks verantwoordelijk wordt gezien voor het ontstaan van de crisis, zal het publiek geen verantwoordelijkheid toeschrijven. Hierdoor zullen er vooral AI emoties optreden. Echter, in het *preventable* cluster wordt de organisatie wel als verantwoordelijk gezien en heeft de organisatie de crisis doelbewust veroorzaakt. Hierdoor zullen er vooral EAD emoties optreden bij het publiek. Doordat verwacht wordt dat AI en EAD emoties centraal staan binnen de verschillende crisisclusters, zullen IAD emoties verder buiten beschouwing worden gelaten in dit onderzoek. Uitgaande van deze theorie, leidt dit tot de volgende onderzoeksvraag en hypothesen:

Onderzoeksvraag: Welke emoties worden er tijdens een crisissituatie bij stakeholders geassocieerd binnen de drie verschillende crisistypen?

Hypothese 1A: In het *victim* cluster zullen er vooral AI emoties optreden.

Hypothese 1B: In het *accidental* cluster zullen er vooral AI emoties optreden.

Hypothese 1C: In het *preventable* cluster zullen er vooral EAD emoties optreden.

Daarnaast heeft eerder onderzoek aangetoond dat stakeholders verschillende emoties kunnen ervaren in verschillende crisissituaties. Deze emoties zijn vervolgens weer van invloed op de gedragsintentie volgens het SCCT-model van Coombs (2007). Aangezien in het *victim* en *accidental* cluster de organisatie niet tot nauwelijks verantwoordelijk wordt gezien voor het ontstaan van de crisis, zal het publiek geen verantwoordelijkheid toeschrijven. Daardoor zullen de emoties die optreden in het *victim* en *accidental* cluster, niet tot nauwelijks negatief van invloed zijn op de gedragsintenties van stakeholders. Echter, in het *preventable* cluster wordt de organisatie wel als verantwoordelijk gezien waardoor wordt verwacht dat de ontstane emoties wel negatief van invloed zijn op de gedragsintenties van stakeholders. Uitgaande van deze theorie, leidt dit tot de volgende hypothesen:

Hypothese 2a: Emoties die optreden bij stakeholders na het lezen van een crisisboodschap behorende bij het *victim* en *accidental* cluster, zijn niet negatief van invloed op de gedragsintenties van stakeholders ten opzichte van de organisatie die hoort bij de crisis.

Hypothese 2b: Emoties die optreden bij stakeholders na het lezen van een crisisboodschap behorende bij het *preventable* cluster, zijn negatief van invloed op de gedragsintenties van stakeholders ten opzichte van de organisatie die hoort bij de crisis.

Tevens is er in het SCCT-model geen sprake van een direct verband tussen emoties die ontstaan bij een crisis en de organisatiereputatie. Toch is het niet onwaarschijnlijk dat er een direct verband bestaat, omdat verschillende onderzoeken hebben aangetoond dat er een direct verband is tussen emoties en reputatie (Choi & Lin, 2009; Uitz et al., 2013; Gerards & Janssen, 2016). Echter, zoals eerder vermeld, zullen stakeholders niet tot nauwelijks verantwoordelijkheid toeschrijven aan een organisatie in het *victim* en *accidental* cluster. Daardoor zullen de emoties die optreden bij stakeholders na het lezen van de crisisboodschappen behorende bij de clusters, niet tot nauwelijks negatief van invloed zijn op de organisatiereputatie. Bij het *preventable* cluster schrijven stakeholders wel verantwoordelijkheid toe aan een organisatie. Daardoor wordt verwacht dat de emoties die optreden bij stakeholders na het lezen van de

crisisboodschap behorende bij het *preventable* cluster, wel negatief van invloed zijn op de organisatiereputatie. De volgende hypothesen leiden als volgt:

Hypothese 3a: Emoties die optreden bij stakeholders na het lezen van een crisisboodschap behorende bij het *victim en accidental* cluster, zijn niet negatief van invloed op de reputatie van stakeholders ten opzichte van de organisatie die hoort bij de crisis.

Hypothese 3b: Emoties die optreden bij stakeholders na het lezen van een crisisboodschap behorende bij het *preventable* cluster, zijn negatief van invloed op de reputatie van stakeholders ten opzichte van de organisatie die hoort bij de crisis.

Tot slot is uit onderzoek gebleken dat mannen en vrouwen erg van elkaar verschillen wat betreft informatieverwerking en dat vrouwen emotioneler zijn dan mannen. Dit komt vooral doordat mannen hun emoties minder uiten. Vrouwen uiten en beschrijven hun emoties juist wel meer en dan vooral bij negatieve emoties. Daardoor is het niet onwaarschijnlijk om te stellen dat vrouwen meer emoties voelen na het lezen van een crisis gerelateerde boodschap. Dit geeft de volgende hypothese:

Hypothese 4: Vrouwen zullen vergeleken met mannen meer verschillende emoties ervaren na het lezen van een crisisboodschap.

3. Methode

3.1.1 Materiaal

Er zijn drie verschillende versies crisisboodschappen ontworpen waarbij de onafhankelijke variabele crisistype werd gemanipuleerd. Deze manipulatie is gebaseerd op de verschillende crisisclusters die voortkomen uit het onderzoek van Coombs (2007). De eerste versie bevatte het *victim* crisiscluster. De tweede versie bevatte het *accidental* crisiscluster en de derde versie bevatte het *preventable* crisiscluster. In alle versies werd hetzelfde fictieve woonwinkelbedrijf gebruikt genaamd Dakro. Dit zorgde ervoor dat de proefpersonen geen eerdere meningen of standpunten over de organisatie mee konden laten wegen in hun oordeel over de organisatie. Een weergave van de drie crisisboodschappen is te vinden in bijlage 1. De manipulatie van de crisisboodschappen zag er als volgt uit:

Crisisboodschap 1: In deze boodschap is geprobeerd een situatie te schetsen, waarbij Dakro niet verantwoordelijk is voor de crisis. De organisatie was slachtoffer van de crisis waardoor deze boodschap valt onder het *victim* cluster. In de boodschap stond centraal dat er onveilige kinderrekjes op de markt zijn gebracht en verkocht door Dakro. Echter, door te vermelden dat het enkel om een gerucht ging en de kinderrekjes toch veilig bleken te zijn, is de organisatie niet verantwoordelijk voor de situatie.

Crisisboodschap 2: In deze boodschap is geprobeerd om een situatie te schetsen, waarbij Dakro minimaal verantwoordelijk is voor de crisis. De organisatie ziet de crisis als onbedoeld of oncontroleerbaar waardoor deze boodschap valt onder het *accidental* cluster. Ook in deze boodschap stond centraal dat er onveilige kinderrekjes op de markt zijn gebracht. Er is geprobeerd de organisatie minimaal verantwoordelijk te stellen voor de situatie. Dat is gedaan door een situatie te beschrijven waarbij er sprake was van een technische fout in het productieproces. Het sluitingsmechanisme van de hekjes kon namelijk niet goed worden aangebracht.

Crisisboodschap 3: In deze boodschap is geprobeerd om een situatie te schetsen, waarbij Dakro erg verantwoordelijk is voor de crisis. De organisatie heeft de crisis doelbewust veroorzaakt waardoor deze boodschap valt onder het *preventable* cluster. Tevens stond in deze boodschap centraal dat er onveilige kinderrekjes op de markt zijn gebracht. Door een situatie te beschrijven waarbij de organisatie wist van de onveilige kinderrekjes en verder geen maatregelen had genomen, is geprobeerd de organisatie erg verantwoordelijk te stellen voor de situatie.

3.1.2 Pre-test

Voorafgaand aan het onderzoek is allereerst een pre-test uitgevoerd onder 13 proefpersonen. In deze pre-test is onderzocht of de manipulatie van de drie verschillende crisisboodschappen is geslaagd en of er dus voldoende variatie was in de mate van verantwoordelijkheid per crisisboodschap. Iedere proefpersoon kreeg alle drie de crisisboodschappen te zien en moest vervolgens per boodschap beoordelen in hoeverre de organisatie verantwoordelijk werd gehouden voor de crisissituatie. Verantwoordelijkheid is gemeten aan de hand van een 7-punt Likert schaal (gebaseerd op Meyers-Levy en Maheswaran, 2004).

Uit de pre-test bleek dat de manipulatie van de verschillende crisisboodschappen goed was geslaagd. De manipulatie van crisisboodschap 1 ‘geen verantwoordelijkheid’ werd als laag verantwoordelijk ervaren ($M = 1.23, SD = .44$). Manipulatie van boodschap 2 ‘lage/gemiddelde verantwoordelijkheid’ werd als gemiddeld ervaren ($M = 3.00, SD = 1.29$). Manipulatie van boodschap 3 ‘hoge verantwoordelijkheid’ werd als hoge verantwoordelijkheid ervaren ($M = 5.62, SD = 1.71$). Een meerderheid van de proefpersonen in deze pre-test was vrouw (69%) en de gemiddelde leeftijd was 28 ($SD = 12.37$) met een range van 18-57 jaar. WO was het meest voorkomende opleidingsniveau (46%) waarbij de range lag tussen MAVO/VMBO, MBO, HBO en WO. Daarnaast bleek uit een t-toets voor Crisisverantwoordelijkheid er een significant verschil te zijn tussen het *victim* en *accidental* cluster ($t(12) = 5.47, p < .000$). De crisisverantwoordelijkheid die werd toegeschreven aan de betreffende organisatie bleek hoger te zijn in het *accidental* cluster ($M = 3.00, SD = 1.29$) dan in het *victim* cluster ($M = 1.23, SD = .44$). Uit een t-toets voor Crisisverantwoordelijkheid bleek er ook een significant verschil te zijn tussen het *victim* en *preventable* cluster ($t(12) = 8.55, p < .000$). De crisisverantwoordelijkheid die werd toegeschreven aan de betreffende organisatie bleek hoger te zijn in het *preventable* cluster ($M = 5.62, SD = 1.71$) dan in het *victim* cluster ($M = 1.23, SD = .44$). Tot slot bleek uit een t-toets voor Crisisverantwoordelijkheid een significant verschil te zijn tussen het *accidental* en *preventable* cluster ($t(12) = 3.82, p < .000$). De crisisverantwoordelijkheid die werd toegeschreven aan de betreffende organisatie bleek hoger te zijn in het *preventable* cluster ($M = 5.62, SD = 1.71$) dan in het *accidental* cluster ($M = 3.00, SD = 1.29$).

3.2 Proefpersonen

In totaal hebben 171 Nederlandse proefpersonen deelgenomen aan het experiment. Er zijn 44 proefpersonen uit het onderzoek verwijderd, omdat zij de vragenlijst niet volledig hadden ingevuld. Uiteindelijk zijn dus 127 proefpersonen meegenomen in de analyse. Van alle proefpersonen, waren 53 mensen (41.7%) man en 74 mensen vrouw (58.3%). Alle proefpersonen waren tussen de 18 en 73 jaar oud en de gemiddelde leeftijd was afgerond 27 jaar. Daarnaast hadden de proefpersonen verschillende opleidingsniveaus. De opleidingsniveaus met de hoogste frequentie waren zowel bij mannen als bij vrouwen eerst WO en daarna HBO. Bij mannen was 39.6% WO en 28.3% HBO en bij vrouwen was 51.4% WO en 32.4% HBO.

3.3 Onderzoeksontwerp

Dit onderzoek heeft gebruikt gemaakt van een 3x2 design met twee onafhankelijke variabelen, namelijk Crisistype en Geslacht Ontvanger. Crisistype had daarbij drie verschillende niveaus, namelijk *victim*, *accidental* en *preventable* cluster. Geslacht van de ontvanger had daarbij twee verschillende niveaus, namelijk man en vrouw. Proefpersonen werden blootgesteld aan de onafhankelijke variabele crisistype aan alle drie de niveaus. Dat betekent dat er gebruik is gemaakt van een binnenproefpersoonsontwerp.

3.4 Instrumentatie

Om alle variabelen te meten, is er gebruik gemaakt van een vragenlijst. Zie bijlage 2 voor de complete vragenlijst die is gebruikt voor dit onderzoek. De vragenlijst startte met een kleine introductie gevolgd door de drie verschillende boodschappen waarbij de crisisverantwoordelijkheid varieerden. De proefpersonen werden na het lezen van elke boodschap gevraagd om een vragenlijst in te vullen waarin de emoties, gedragsintentie en reputatie werden gemeten. Tot slot moesten de proefpersonen helemaal aan het einde van de vragenlijst hun geslacht, leeftijd en hoogst genoten opleiding invullen.

3.4.1 Emoties

Er werd bij proefpersonen gemeten of zij één of meerdere emoties hebben ervaren als gevolg van het lezen van de crisisboodschap. Hierbij werden elf emoties gemeten, die het meest waarschijnlijk waren om te ervaren als gevolg van een crisis, zoals onderzocht is door Jin, Liu, Anagondahalli en Austin (2014). Voorbeelden van emoties zijn walging, spijt en angst (zie bijlage B voor alle dimensies). De uitspraak die werd gesteld om elke emotie te meten was: 'Door het lezen van de boodschap over Dakro voel ik me'. Elke emotie is door middel van een 7-punt Likert schaal onderzocht (1 = zeer zwak en 7 = zeer sterk). Voor de analyses voor wat betreft de variabelen emoties, gedragsintentie en reputatie zijn vervolgens alle

AI en EAD emoties samengevoegd en gebruikt als twee verschillende schalen om de mate van emoties te meten binnen de verschillende clusters. Voor het AI emotie cluster zijn dus de emoties bezorgdheid, angst, vrees en medeleven samengevoegd. Voor het EAD cluster betroffen dit de emoties walging, minachting, woede en verdriet. De betrouwbaarheid van AI emoties bestaande uit vier items was goed: $\alpha = .83$. De betrouwbaarheid van EAD emoties bestaande uit vier items was goed: $\alpha = .86$.

3.4.2 Gedragsintentie

Gedragsintentie bij de organisatie werd gemeten door de volgende uitspraak voor te leggen: ‘Ik ben van plan om in de toekomst een kinderrekje te kopen bij Dakro’. De uitspraak werd gevolgd door de dimensie ‘zeker wel – zeker niet’ en werd gemeten aan de hand van een 7-punt Likert schaal.

3.4.3 Reputatie

Tot slot werd de reputatie van de organisatie gemeten na het lezen van elke crisisboodschap. Dit werd gedaan aan de hand van de *RepTrak Pulse* (Ponzi, Fombrun & Gardberg, 2011). Dit is een kort en krachtig meetinstrument dat erg betrouwbaar en valide is om de reputatie te meten. Het meetinstrument bestaat uit vier items. Een voorbeeld van een item was: ‘Dakro is een bedrijf waar ik een goed gevoel over heb’. Alle items werden gemeten aan de hand van een 7-punt Likert schaal (1 = volledig mee oneens en 7 = volledig mee eens). Zie bijlage B voor alle items. De betrouwbaarheid van reputatie bestaande uit drie items was goed: $\alpha = .89$

3.5 Procedure

Het experiment werd uitgevoerd op individuele basis en de procedure was voor iedereen hetzelfde. Elke proefpersoon zag dezelfde versie met dezelfde vragenlijsten. De vragenlijst werd online ingevuld en potentiële proefpersonen werden uitgenodigd om deel te nemen aan het experiment door middel van het sturen van persoonlijke berichten en door middel van het sturen van berichten via verschillende internet forums. Voorafgaand aan de vragenlijst was er een inleiding waarin wat praktische zaken over de vragenlijst werden uitgelegd en dat deelname daarnaast vrijwillig en anoniem was. Vervolgens kregen proefpersonen drie crisisboodschappen te zien die hoorden bij de drie verschillende crisisclusters. Eerst kreeg men de boodschap behorende bij het *victim* cluster te zien, vervolgens de boodschap bij het *accidental* cluster en tot slot kreeg men de boodschap bij het *preventable* cluster te zien. Na elke boodschap werden dezelfde vragen gesteld over de emoties, intenties en reputatie van proefpersonen. Gemiddeld duurde het invullen van de vragenlijst 10 minuten.

4. Resultaten

4.1 Emoties

Om te onderzoeken in welke mate men *attribution independent* (AI) en *external attribution dependent* (EAD) emoties ervaarden binnen de drie verschillende crisisclusters, is er gebruik gemaakt van twee verschillende variantie-analyses met herhaalde metingen. Uit de variantie-analyse met herhaalde metingen van Crisiscluster op AI emoties bleek er een significant hoofdeffect van Crisiscluster ($F(1.94, 244.24) = 40.90, p < .001$). AI emoties verschilden dus binnen de verschillende crisiscluster. Zie tabel 1 voor de standaarddeviaties en gemiddelden. Een Post Hoc test met LSD aanpassing liet zien dat AI emoties binnen alle clusters significant van elkaar verschilden. AI emoties waren in het *preventable* cluster ($M = 4.52, SD = 1.40$) significant hoger vergeleken met AI emoties in het *accidental* cluster ($M = 4.29, SD = 1.34$) ($p = .025$) en in het *victim* cluster ($M = 3.53, SD = 1.32$) ($p < .001$). Daarnaast waren AI emoties in het *accidental* cluster ($M = 4.28, SD = 1.34$) significant hoger dan in het *victim* cluster ($M = 3.53, SD = 1.32$) ($p < .001$). AI emoties werden dus het meeste ervaren in het *preventable* cluster, vervolgens in het *accidental* cluster en AI emoties werden het minste ervaren in het *victim* cluster. Hypothese 1a en 1b worden dus niet bevestigd, aangezien AI emoties binnen de drie clusters het meeste centraal stonden binnen het *preventable* cluster.

Uit de variantie-analyse met herhaalde metingen van Crisiscluster op EAD emoties was er tevens een significant hoofdeffect van Crisiscluster ($F(1.91, 240.80) = 158.42, p < .001$) (zie tabel 1). Dat betekent dat EAD emoties verschilden binnen de drie crisisclusters. Een Post Hoc test met LSD aanpassing liet zien dat EAD emoties binnen alle clusters significant van elkaar verschilden ($p < .001$). EAD emoties waren in het *preventable* cluster ($M = 4.69, SD = 1.55$) significant hoger vergeleken met EAD emoties in het *accidental* cluster ($M = 3.04, SD = 1.44$) en in het *victim* cluster ($M = 2.37, SD = 1.20$). Daarnaast waren EAD emoties in het *accidental* cluster ($M = 3.04, SD = 1.44$), significant hoger dan in het *victim* cluster ($M = 2.37, SD = 1.20$). EAD emoties werden dus het meeste ervaren in het *preventable* cluster en het minste in het *victim* cluster. Hypothese 1c wordt dus bevestigd, aangezien EAD emoties binnen de drie clusters het meeste centraal stonden binnen het *preventable* cluster.

Tot slot is er een extra analyse uitgevoerd om de emotionele response te analyseren. Op die manier kan er gekeken worden of er sprake was van een emotie effect in plaats van het verschil tussen AI en EAD emoties zoals eerder werd verondersteld. Uit de tweeweg variantie-analyse met herhaalde metingen was er een significant hoofdeffect van Crisiscluster op Emotie ($F(1.86, 233.99) = 127.03, p < .001$) (zie tabel 1). De emotionele response verschilde dus binnen de drie crisisclusters. Een Post Hoc test met LSD aanpassing liet zien dat Emotie binnen alle clusters significant van elkaar verschilden ($p < .001$). Emotie was in het *preventable* cluster ($M = 4.60, SD = 1.36$) significant hoger ($p < .001$) vergeleken met Emotie in het *accidental* cluster ($M = 3.66, SD = 1.21$) en in het *victim* cluster ($M = 2.95, SD = 1.09$).

Daarnaast was Emotie in het *accidental* cluster ($M = 3.66$, $SD = 1.21$), significant hoger ($p < .001$) dan in het *victim* cluster ($M = 2.95$, $SD = 1.09$). Het *preventable* cluster wekte dus de meeste emoties op en in het *victim* cluster werden de minste emoties ervaren. Het *accidental* cluster zat er tussenin wat betreft het ervaren van emoties.

Tabel 1. Gemiddelden en standaarddeviaties (staat tussen haakjes) van AI en EAD emoties, emotie, intentie en reputatie per crisistype, namelijk het *victim*, *accidental* en *preventable* cluster (tenzij anders is aangegeven is elk gemiddelde gebaseerd op $n = 127$) (1 = zeer mee oneens, 7 = zeer mee eens)

	Victim cluster	Accidental cluster	Preventable cluster
AI Emoties	3.53 (1.32)	4.29 (1.34)	4.52 (1.40)
EAD Emoties	2.37 (1.20)	3.04 (1.44)	4.69 (1.55)
Emoties (AI + EAD samen)	2.95 (1.09)	3.66 (1.21)	4.60 (1.36)
Intentie	3.47 (1.51)	2.74 (1.47)	1.34 (.73)
Reputatie	3.73 (1.24)	2.94 (1.35)	1.48 (.87)

4.2 Intentie

Om na te gaan in welke mate de Intentie verschilde binnen de verschillende crisisclusters, is er gebruik gemaakt van een variantie-analyse met herhaalde metingen van Crisiscluster op Intentie. Uit deze test bleek een significant hoofdeffect van Crisiscluster ($F(1.78, 222.57) = 108.97$, $p < .001$). Intentie verschilde dus wel degelijk binnen de verschillende clusters. Tabel 1 laat de gemiddelden en standaarddeviaties zien. Een Post Hoc test met LSD aanpassing toonde aan dat Intentie binnen alle clusters significant van elkaar verschilde ($p < .001$). Intentie was in het *victim* cluster ($M = 3.47$, $SD = 1.51$) significant hoger ($p < .001$) vergeleken met de Intentie in het *accidental* cluster ($M = 2.74$, $SD = 1.47$) en in het *preventable* cluster ($M = 1.34$, $SD = .73$). Daarnaast was de Intentie in het *accidental* cluster ($M = 2.74$, $SD = 1.47$) significant hoger ($p < .001$) dan in het *preventable* cluster ($M = 1.34$, $SD = .73$). De Intentie van stakeholders was dus in het *victim* cluster het hoogste, vervolgens in het *accidental* cluster en de Intentie was het laagste in het *preventable* cluster.

Om te onderzoeken in welke mate de Intentie van stakeholders behorende bij de drie verschillende

crisistypen te verklaren was door AI en EAD emoties, is er gebruik gemaakt van een multiple regressie analyse. Uit een multiple regressie bleek dat de Intentie bij het *victim* cluster voor 9.4% te verklaren was door de ingebrachte variabelen AI en EAD Emoties ($F(2, 125) = 7.51, p = .001$). EAD emoties ($\beta = -.28, p = .004$) bleken een negatieve significante voorspeller te zijn voor Intentie. EAD emoties die ontstonden na het lezen van de crisisboodschap, zorgden voor een vermindering van de gedragsintenties van stakeholders ten opzichte van de organisatie. AI emoties ($\beta = -.08, p = .419$) bleken geen significante voorspellers te zijn voor Intentie.

Uit een multiple regressie bleek dat de Intentie bij het *accidental* cluster voor 8.4% te verklaren was door de ingebrachte variabelen AI en EAD Emoties ($F(2, 125) = 6.76, p = .002$). Alleen AI emoties ($\beta = -.25, p = .013$) bleken een negatieve significante voorspeller te zijn voor Intentie. AI emoties zorgden dus voor een vermindering van gedragsintenties bij stakeholders. EAD emoties ($\beta = -.103, p = .299$) bleken geen significante voorspellers te zijn voor Intentie. Aangezien in het *victim* cluster EAD emoties negatief van invloed waren op de gedragsintentie en in het *accidental* cluster AI emoties negatief van invloed waren op de gedragsintentie, wordt hypothese 2a niet bevestigd.

Tot slot bleek uit een multiple regressie dat de Intentie bij het *preventable cluster* voor 4.5% te verklaren was door de ingebrachte variabelen AI en EAD Emoties ($F(2, 125) = 4.00, p = .021$). Zowel AI als EAD emoties bleken geen significante voorspellers te zijn voor de intenties van stakeholders ten opzichte van het bedrijf. Aangezien de ontstane emoties in het *preventable cluster* geen invloed hadden op de intenties van stakeholders bij de organisatie, wordt hypothese 2b niet bevestigd.

4.3 Reputatie

Om na te gaan in welke mate de Reputatie verschilde binnen de verschillende crisisclusters, is er gebruik gemaakt van een variantie-analyse met herhaalde metingen van Crisiscluster op Reputatie. Uit deze test bleek een significant hoofdeffect van Crisiscluster ($F(1.91, 240.20) = 142.85, p < .001$). Dit betekent dat de Reputatie verschilde binnen de drie clusters. Zie tabel 1 voor de standaarddeviaties en gemiddelden. Een Post Hoc test met LSD aanpassing liet zien dat Reputatie binnen alle clusters significant van elkaar verschilde ($p < .001$). Reputatie was in het *victim* cluster ($M = 3.73, SD = 1.24$) significant hoger ($p < .001$) vergeleken met de Reputatie in het *accidental* cluster ($M = 2.94, SD = 1.35$) en in het *preventable cluster* ($M = 1.48, SD = .87$). Daarnaast was de Reputatie in het *accidental* cluster ($M = 2.94, SD = 1.35$) significant hoger ($p < .001$) dan in het *preventable cluster* ($M = 1.48, SD = .87$). De Reputatie was dus in het *victim* cluster het hoogste, vervolgens in het *accidental* cluster en de Reputatie was het laagste in het *preventable cluster*.

Om te onderzoeken in welke mate de Organisatiereputatie behorende bij de drie verschillende crisistypen te verklaren was door AI en EAD emoties, is er gebruik gemaakt van een multiple regressie

analyse. Uit een multiple regressie bleek dat de Organisatiereputatie bij het *victim* cluster voor 4.1% te verklaren was door de ingebrachte variabelen AI en EAD emoties ($F(2, 125) = 3.73, p = .027$). AI emoties ($\beta = -.24, p = .021$) bleken een significante negatieve voorspeller te zijn voor de Organisatiereputatie. AI emoties zorgden voor een afname van de Organisatiereputatie bij mensen. EAD Emoties ($\beta = -.01, p = .962$) bleken geen significante voorspeller te zijn.

Uit een multiple regressie bleek dat de Organisatiereputatie bij het *accidental* cluster voor 10.8% te verklaren was door de ingebrachte variabelen AI en EAD emoties ($F(2,125) = 8.62, p < .001$). AI emoties ($\beta = -.33, p = .001$) bleken een significante negatieve voorspeller te zijn voor de Organisatiereputatie. AI emoties zorgden dus voor een vermindering van de Organisatiereputatie bij stakeholders. EAD emoties ($\beta = -.04, p = .674$) bleken geen significante voorspeller te zijn. Doordat zowel in het *victim* cluster als in het *accidental* cluster AI emoties negatieve voorspellers waren voor de organisatiereputatie, kan daardoor gesteld worden dat hypothese 3a niet wordt bevestigd.

Tot slot bleek uit een multiple regressie dat de Organisatiereputatie bij het *preventable* cluster niet te verklaren was door de ingebrachte variabelen AI en EAD emoties $F(2, 125) < 1$. Aangezien AI en EAD emoties in het *preventable* cluster geen negatieve invloed hadden op de organisatiereputatie, wordt hypothese 3b niet bevestigd.

4.4 Geslacht

Om te onderzoeken of mannen en vrouwen verschillende AI en EAD emoties ervaren binnen de drie verschillende crisisclusters, is er gebruik gemaakt van twee verschillende variantie-analyses met herhaalde metingen. Uit de variantie-analyse met herhaalde metingen voor AI emoties met als factoren Crisiscluster en Geslacht bleek een significant effect van Crisiscluster ($F(1.95, 244.06) = 39.43, p < .001$). Er bleek geen significant effect van Geslacht ($F(1, 125) < 1, p = .657$) en er trad ook geen interactie-effect op tussen Crisiscluster en Geslacht ($F(1.95, 244.06) < 1, p = .811$). Het effect van Crisiscluster op AI emoties is eerder al in de resultatensectie besproken onder het kopje Emoties. Er zal dus niet nader op in worden gegaan. Om hypothese 4 te kunnen beantwoorden, moet er gekeken worden naar het effect van Geslacht op AI emoties (en EAD emoties). Doordat er geen significant effect werd gevonden van Geslacht op AI emoties, scoorden mannen en vrouwen dus niet verschillend op deze emoties. Hypothese 4 wordt dus gedeeltelijk niet bevestigd.

Uit de variantie-analyse met herhaalde metingen voor EAD emoties met als factoren Crisiscluster en Geslacht bleek tevens een significant effect van Crisiscluster ($F(1.94, 241.95) = 149.83, p < .001$). Er bleek geen significant effect van Geslacht ($F(1, 125) < 1, p = .860$) en er trad ook geen interactie-effect op tussen Crisiscluster en Geslacht ($F(1.94, 241.95) = 1.68, p = .190$). Het effect van Crisiscluster op EAD emoties is eerder al in de resultatensectie besproken onder het kopje Emoties. Daarom zal er verder niet

nader op in worden gegaan. Doordat er tevens geen significant effect werd gevonden van Geslacht op EAD emoties, scoorden mannen en vrouwen niet verschillend op deze emoties. Mannen en vrouwen ervaarden dus na het lezen van een crisisboodschap, geen verschillende emoties. Hypothese 4 wordt dus niet bevestigd.

5. Conclusie

Het doel van dit onderzoek was om te onderzoeken welke emoties door stakeholders geassocieerd worden binnen de drie verschillende crisistypen. Van tevoren werd verwacht dat in zowel het *victim* als in het *accidental* cluster vooral AI emoties zouden optreden. De resultaten lieten zien dat AI emoties het meeste werden ervaren in het *preventable* cluster en dus niet in het *accidental* en *victim* cluster. Hypothese 1a en 1b worden daarom niet bevestigd. Daarnaast werd verwacht dat in het *preventable* cluster vooral EAD emoties zouden optreden. Resultaten lieten zien dat EAD emoties het meeste werden ervaren in het *preventable* cluster. Hypothese 1c wordt daarom bevestigd.

Daarnaast werd van tevoren verwacht dat emoties die optreden bij stakeholders na het lezen van een crisisboodschap behorende bij het *victim* en *accidental* cluster, niet negatief van invloed zijn op de gedragsintenties van stakeholders ten opzichte van de crisisorganisatie. Eerst lieten resultaten zien dat de crisisclusters onderling significant verschilden op de gedragsintentie. De intentie was in het *victim* cluster significant hoger dan de intentie in het *accidental* en *preventable* cluster. De intentie in het *accidental* cluster was daarnaast significant hoger dan de intentie in het *preventable* cluster. Resultaten lieten vervolgens significante effecten zien voor de invloed van AI en EAD emoties op de gedragsintenties van stakeholders in het *victim* en *accidental* cluster. In het *victim* cluster bleken EAD emoties een negatieve voorspeller te zijn voor de gedragsintentie van stakeholders. In het *accidental* cluster bleken AI emoties een negatieve voorspeller te zijn voor de gedragsintentie. Aangezien in beide clusters emoties negatief van invloed waren op de gedragsintenties, wordt aan hypothese 2a niet voldaan. Ook werd verwacht dat emoties die optreden bij stakeholders na het lezen van een crisisboodschap behorende bij het *preventable* cluster, wel negatief van invloed zijn op de gedragsintenties van stakeholders. Resultaten lieten geen significante effecten zien waardoor AI en EAD emoties niet negatief van invloed waren op de gedragsintenties van stakeholders. Hypothese 2b wordt dus niet bevestigd.

Daarnaast veronderstelde hypothese 3a dat emoties die optreden bij stakeholders na het lezen van een crisisboodschap behorende bij het *victim* en *accidental* cluster, niet negatief van invloed zijn op de organisatiereputatie van stakeholders. Resultaten lieten eerst zien dat de crisisclusters onderling significant verschilden op de organisatiereputatie. De reputatie was in het *victim* cluster significant hoger dan de reputatie in het *accidental* en *preventable* cluster. Daarnaast was de reputatie in het *accidental* cluster significant hoger dan de reputatie in het *preventable* cluster. Resultaten lieten vervolgens significante effecten zien voor de invloed van AI emoties in het *victim* en *accidental* cluster. In beide clusters bleken AI emoties negatieve voorspellers te zijn voor de organisatiereputatie. Hypothese 3a wordt dus niet bevestigd. Tevens werd verwacht dat emoties die optreden bij stakeholders na het lezen van een crisisboodschap behorende bij het *preventable* cluster, wel negatief van invloed zijn op de

organisatiereputatie van stakeholders. Resultaten lieten geen significante effecten zien waardoor AI en EAD emoties niet negatief van invloed waren op de organisatiereputatie van stakeholders. Hypothese 3b wordt daarom niet bevestigd.

Tot slot lieten de resultaten geen significant hoofdeffect zien van geslacht op AI en EAD emoties. Geslacht speelt dus geen rol in wat betreft de hoeveelheid emoties die mannen en vrouwen ervaren na het lezen van crisisboodschappen. Hypothese 4 wordt daarom niet bevestigd.

6. Discussie

De resultaten zijn gedeeltelijk consistent met de indeling van emotieclusters volgens Jin et al. (2014). Het is in lijn met de verwachtingen dat uit dit onderzoek is gebleken dat in het *preventable* cluster EAD emoties het meeste werden ervaren. Een verklaring hiervoor is dat in het *preventable* cluster veel verantwoordelijkheid wordt toegeschreven door stakeholders aan de organisatie zoals ook werd verondersteld in het SCCT-model van Coombs (2007). Het toeschrijven van verantwoordelijkheid aan de organisatie staat ook centraal bij het ontstaan van EAD emoties (Jin et al., 2014). Het is dus vanzelfsprekend dat EAD emoties het meeste worden ervaren binnen dit crisiscluster. Daarnaast is het niet in lijn met de verwachtingen dat in het *victim* en *accidental* cluster AI emoties niet het meeste werden ervaren. Deze emoties werden het meeste ervaren in het *preventable* cluster. Dit resultaat bevestigt deels niet de theorie uit het SCCT-model van Coombs (2007) en de theorie uit het emotiecluster van Jin et al. (2014). Volgens Coombs (2007) wordt er in zowel het *victim* cluster als in het *accidental* cluster niet tot nauwelijks verantwoordelijkheid toegeschreven door stakeholders aan de betreffende organisatie. Het toeschrijven van geen verantwoordelijkheid aan de organisatie staat ook centraal bij het ontstaan van AI emoties. Daarom werd verwacht dat er vooral AI emoties zouden optreden binnen het *victim* en *accidental* cluster. Echter, deze theorie wordt niet bevestigd door de resultaten. Een mogelijke verklaring kan zijn dat het crisiscluster de doorslaggevende factor is voor het feit dat er meer emoties optreden en dat dit dus niets te maken heeft met de soort emoties, in dit geval AI en EAD emoties. Dus dat het *preventable* cluster zorgt voor het opwekken van de meeste emoties vergeleken met het *victim* cluster. De extra analyse bevestigt dit tevens doordat uit deze analyse naar voren kwam dat in het *preventable* cluster significant meer emoties werden ervaren vergeleken met het *victim* en *accidental* cluster. Daaruit kan opgemaakt worden dat er een emotie effect optreedt. Niet de soort emotie, dus AI vergeleken met EAD emoties, maar het crisiscluster is dus in dit geval de doorslaggevende factor voor het uiten van emoties.

Daarnaast zijn de resultaten consistent met de theorie van Zhang (2015). Zang (2015) veronderstelde dat hoe meer verantwoordelijkheid stakeholders toeschrijven aan een organisatie, hoe nadeliger dit kan zijn voor de organisatiereputatie. De resultaten toonden aan dat de organisatiereputatie

het laagste was in het *preventable* cluster en het hoogste in het *victim* cluster. In het *preventable* cluster wordt de meeste verantwoordelijkheid toegeschreven voor een crisis dus is het voor de hand liggend dat de organisatiereputatie het meeste wordt aangetast in dit cluster en het minste in het *victim* cluster. Daarnaast is volgens het SCCT-model van Coombs (2007) de organisatiereputatie direct van invloed op de intentie. Resultaten bevestigen deze theorie van Coombs (2007) doordat werd aangetoond dat de intentie, net zoals bij de reputatie, het laagste was in het *preventable* cluster en het hoogste in het *victim* cluster. Dit kan een direct effect impliceren van reputatie op intentie zoals wordt verondersteld door Coombs (2007).

Het niet in lijn met de verwachtingen dat de emoties, die ontstaan bij stakeholders na het lezen van de crisisboodschappen behorende bij het *victim* en *accidental* cluster, negatief van invloed waren op de gedragsintenties en organisatiereputatie van stakeholders. Deze resultaten bevestigen een deel van de theorie uit het SCCT-model van Coombs (2007) niet. Dit model veronderstelt namelijk dat naarmate er meer crisisverantwoordelijkheid wordt toegeschreven aan een organisatie, een sterkere negatieve emotionele reactie zal optreden bij stakeholders wat vervolgens van invloed is op de gedragsintenties van stakeholders. In het *victim* en *accidental* cluster wordt er niet tot nauwelijks verantwoordelijkheid toegeschreven aan de organisatie. Daardoor zal er niet snel een negatieve emotionele reactie optreden bij stakeholders. Het is dus niet in lijn met de verwachtingen dat de resultaten lieten zien dat de ontstane emoties negatief van invloed waren op de gedragsintenties van stakeholders in het *victim* en *accidental* cluster.

Wat betreft het effect van emoties op de organisatiereputatie, hebben emoties volgens het SCCT-model van Coombs (2007) geen directe invloed hebben op de organisatiereputatie. Toch hebben verschillende onderzoeken dit verband wel aangetoond zoals in het onderzoek van Janssen en Gerards (2016). Naarmate er meer crisisverantwoordelijkheid wordt toegeschreven aan een organisatie, zullen er meer negatieve emoties optreden. Deze emoties zijn vervolgens negatief van invloed op de organisatiereputatie van stakeholders. Doordat in het *victim* en *accidental* cluster nauwelijks verantwoordelijkheid wordt toegeschreven, is het daardoor ook niet in lijn met de verwachtingen dat de resultaten lieten zien dat emoties negatief van invloed waren op de organisatiereputatie van stakeholders. Voor het *victim* en *accidental* cluster geldt dat er in het SCCT-model van Coombs (2007) geen lijn kan worden getrokken van emoties naar organisatiereputatie doordat de ontstane emoties negatief van invloed zijn op de organisatiereputatie. De resultaten zijn dus niet in lijn met het onderzoek van Janssen en Gerards (2016). Een mogelijke verklaring kan zijn dat de manipulatie van de crisisboodschappen niet goed was. De pre-test gaf eerder aan dat de manipulatie van de drie crisisboodschappen geslaagd was. Toch kan het zijn dat deze manipulatie minder geslaagd was dan van tevoren werd verwacht. Aan de pre-test hebben maar 13 proefpersonen meegedaan. Dat is relatief gezien weinig vergeleken met de 127 proefpersonen die

uiteindelijk hebben deelgenomen aan dit onderzoek. Wellicht dat de manipulatie in de pre-test minder geslaagd was geweest als er meer proefpersonen hadden deelgenomen. Dit geeft een mogelijke verklaring voor het feit dat de resultaten niet in lijn waren met de verwachtingen. Vervolgonderzoek zou zich hier verder op kunnen richten. Deze verklaring kan daarnaast ook toegepast worden op het eerdergenoemde punt waarbij het niet in lijn met de verwachtingen was dat de ontstane emoties negatief van invloed waren op de gedragsintentie bij het *victim* en *accidental* cluster.

Tevens is het niet in lijn met de verwachtingen dat de emoties die ontstaan bij mensen na het lezen van een crisisboodschap behorende bij het *preventable* cluster, niet van invloed zijn op de gedragsintenties en organisatiereputatie van stakeholders ten opzichte van de crisisorganisatie. Dit resultaat bevestigt dus deels niet de theorie uit het SCCT-model van Coombs (2007) en deels niet het onderzoek van Janssen en Gerards (2016) zoals eerder hierboven is besproken. Een verklaring hiervoor kan zijn dat er een volgorde effect optrad. Alle proefpersonen kregen dezelfde conditie als laatste te zien, namelijk de crisisboodschap en vragen behorende bij het *preventable* cluster. Door dit volgorde effect kunnen er dus vermoeidheidsverschijnselen opgetreden zijn bij proefpersonen bij de laatste conditie. Dit kan ertoe leiden dat men na verloop van tijd geen zin meer had of niet meer in staat was om goed na te denken over de antwoorden. Tevens kan er verondersteld worden dat er voor wat betreft het *preventable* cluster ook geen lijn mag worden getrokken van emoties naar organisatiereputatie in het SCCT-model van Coombs (2007). De ontstane emoties zijn namelijk niet van invloed op de reputatie terwijl dit van tevoren wel was verwacht. Vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op het aanbieden van gerandomiseerde condities aan proefpersonen. Men kan bijvoorbeeld blootgesteld worden aan slechts één crisisboodschap in plaats van aan drie crisisboodschappen. Dit kan onder andere de vermoeidheid bij proefpersonen tegengaan waardoor men beter in staat is om correcte antwoorden te geven. Wellicht dat daardoor aangetoond kan worden dat emoties in het *preventable* cluster wel degelijk van invloed zijn op bijvoorbeeld de organisatiereputatie. Dan kan er in dat cluster ook verondersteld worden dat er een lijn getrokken mag worden tussen emoties en organisatiereputatie. Dit geldt tevens ook voor het *victim* en *accidental* cluster.

Daarnaast zijn de resultaten inconsistent met het onderzoek van Deng et al. (2016). Ze toonden onder andere aan dat mannen vaak minder hun emoties uiten. Dat terwijl vrouwen juist meer hun emoties uiten en beschrijven en dan vooral bij negatieve emoties. Het huidige onderzoek toonde juist geen verschil aan tussen mannen en vrouwen wat betreft AI en EAD emoties die ontstaan na het lezen van verschillende crisisboodschappen. Een mogelijke verklaring hiervoor kan zijn dat het onderzoek van Deng et al. (2016) gebruik heeft gemaakt van zestien verschillende videofragmenten om het verschil tussen mannen en vrouwen aan te tonen. Echter, dit onderzoek heeft gebruik gemaakt van maar drie verschillende crisisboodschappen waarbij het onderwerp telkens hetzelfde bleef. Wellicht dat de resultaten anders waren geweest als dit onderzoek zich ook had gefocust op meer verschillende onderwerpen in plaats van telkens

hetzelfde onderwerp. Vervolgonderzoek zou zich hier op kunnen focussen. Een andere mogelijke verklaring voor het feit dat er in dit onderzoek geen verschillen werden gevonden wat betreft de emoties tussen mannen vrouwen, kan zijn dat mannen en vrouwen op dit gebied misschien toch niet zo van elkaar verschillen zoals eerder wel werd verondersteld.

Een andere mogelijke beperking van dit onderzoek was dat de vragenlijst door alle proefpersonen online werd ingevuld waardoor de condities niet voor alle proefpersonen hetzelfde waren. Iedereen vult namelijk op verschillende tijdstippen en plaatsen de vragenlijst in. Vervolgonderzoek kan zich richten op het afnemen van de vragenlijsten op hetzelfde tijdstip en plaats. Hiernaast bleek dat de gemiddelde leeftijd van alle proefpersonen 27 jaar was waardoor er gesteld kan worden dat er vooral jonge proefpersonen hebben deelgenomen aan het onderzoek. Het onderwerp van de crisisboodschappen betrof kinderhekjes. Wellicht dat er betere resultaten waren verkregen als het onderwerp wat meer was toegepast op de leeftijdsgroep. Waarschijnlijk interesseren jongeren zich meer in bijvoorbeeld videogames dan in kinderhekjes. Vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op het beter afstemmen van het onderwerp op de leeftijdsgroep.

Een andere kanttekening aan dit onderzoek is dat er gebruik is gemaakt van een fictieve crisissituatie bij een fictieve organisatie terwijl eerdere onderzoeken juist wel gebruik hebben gemaakt van bestaande crisissituaties (Choi & Lin, 2009; Ultz et al., 2013). Dit zorgt ervoor dat de resultaten uit dit onderzoek niet direct vergeleken mogen worden met bevindingen uit eerdere onderzoeken. De fictieve crisissituatie en de fictieve organisatie hebben er in dit onderzoek voor gezorgd dat proefpersonen geen bestaande standpunten konden laten meewegen in hun oordeel over de intentie en reputatie van de organisatie als gevolg van de crisissituatie. Vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op het gebruik van bestaande crisissituaties van bestaande organisaties.

Daarnaast kan in vervolgonderzoek ook gekeken worden naar de invloed van emoties die ontstaan tijdens een crisissituatie op de attitude van mensen. Dit verband wordt niet genoemd in het SCCT-model van Coombs (2007), maar kan wel verklaard worden aan de hand van de theorie van gepland gedrag van Ajzen (1985). Deze theorie veronderstelt namelijk dat attitude van invloed is op de gedragsintentie van mensen. Attitude is de houding die iemand heeft ten opzichte van iets en indien deze attitude positief is, kan dit tot bepaalde positieve gedragsintentie leiden. Tevens had de organisatie in kwestie (Dakro) in dit onderzoek geen kans om zichzelf te verdedigen tegen de ontstane crisissituaties die werden genoemd in de drie crisisboodschappen. In het SCCT-model van Coombs (2007) zijn reactiestrategieën namelijk ook van invloed op de emoties die ontstaan bij stakeholders tijdens een crisis. Vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op het toevoegen van een reactiestrategie van de betrokken organisatie en of dit dan wel of niet leidt tot andere emoties en een andere beoordeling over de organisatie.

Samenvattend toont dit onderzoek vooral haar meerwaarde, doordat is gebleken dat emoties

kunnen variëren binnen de drie verschillende crisisclusters naarmate de crisisverantwoordelijkheid toeneemt van een organisatie. Door te begrijpen welke dominante emoties er optreden bij stakeholders in verschillende crisissituaties, waarbij de verantwoordelijkheid varieert, is men beter in staat om hier op in te spelen. Zo is men in staat de organisatiereputatie zoveel mogelijk te beschermen. Op die manier kunnen er gepaste reactiestrategieën ontwikkeld worden door organisaties waarbinnen die dominante emoties centraal staan. Tevens toont dit onderzoek haar meerwaarde doordat de beoordeling van de gedragsintentie en organisatiereputatie van stakeholders beter verklaard kunnen worden indien er ook naar de emoties van stakeholders wordt gekeken tijdens een crisissituatie. Het is van belang voor bedrijven om de negatieve emoties bij stakeholders zo goed mogelijk te minimaliseren. Negatieve emoties kunnen er namelijk voor zorgen dat stakeholders de organisatiereputatie negatief beoordelen en dat men negatieve gedragsintenties krijgt ten opzichte van het bedrijf zoals negatieve word-of-mouth.

Literatuurlijst

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In *Action control* (pp. 11-39). Springer Berlin Heidelberg.
- Barrett, L., F., & Bliss-Moreau, E. (2009). She's emotional. He's having a bad day: Attributional explanations for emotion stereotypes. *Emotion*, 9(5), 649-658.
- Brown, T. J., Dacin, P. A., Pratt, M. G., & Whetten, D. A. (2006). Identity, intended image, constructed image, and reputation: An interdisciplinary framework and suggested terminology. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34, 99-106.
- Choi, Y., & Lin, Y.H. (2009). Consumer responses to Mattel product recalls posted online bulletin boards: Exploring two types of emotion. *Journal of Public Relations Research*, 21, 198-207.
- Coombs, W.T. (2004). Impact of past crises on current crisis communication. *Journal of Business Communication*, 41, 265-289.
- Coombs, W.T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163-176. doi:10.1057/palgrave.crr.1550049
- Coombs, W.T., & Holladay, S.J. (2002). Helping crisis managers protect reputational assets: Initial tests of the situational crisis communication theory. *Management Communication Quarterly*, 16, 165-186.
- Deng, Y., Chang, L., Yang, M., Huo, M., & Zhou, R. (2016). Gender differences in emotional response: Inconsistency between experience and expressivity. *PLOS ONE*, 11(6), 1-12.
- Everhart, D. E., Shucard, J. L., Quatrin, T. & Shucard, D. W. (2001). Sex-related Differences in Event-related Potentials, Face Recognition, and Facial Affect Processing in Prepubertal Children. *Neuropsychology*, 15 (3), 329-341.
- Grossman, M., & Wood, W. (1993). Differences in intensity of emotional experience: A social role interpretation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(5), 1010-1022.

- Janssen, D. M. L., & Gerards, V. (2016). Onze excuses: Over de rol van verontschuldigingen in crisiscommunicatie. *Tijdschrift voor communicatiewetenschap*, 44(2), 112-133.
- Jin, Y., Liu, B. F., Anagondahalli, D., & Austin, L. (2014). Scale development for measuring publics' emotions in organizational crises. *Public Relations Review*, 40(3), 509-518.
- Jin, Y., Pang, G., & Cameron, G.T. (2010). Integrated crisis mapping: Toward a publics-based, emotion driven conceptualization in crisis communication. *Sphera Pública*, 7, 81-95.
- Jin, Y., Pang, G., & Cameron, G.T. (2010). Toward a publics-driven, emotion-based approach in crisis communication: Testing the integrated crisis mapping (ICM) model. *Public Relations Journal*, 4(1).
- Kim, H.J., & Cameron, G.T. (2011). Emotions matter in crisis: The role of anger and sadness in the publics' response to crisis news framing and corporate crisis response. *Communication Research*, 38, 826-855.
- Lee, K. (2004). Audience-oriented approach to crisis communication: A study of Hong-Kong consumers' evaluation of organizational crisis. *Communication Research*, 31, 600-618.
- Loewenstein, G.F., Weber, E.U., Hsee, C. K., & Welch, E. S. (2001). Risk as feelings. *Psychological Bulletin*, 127, 267-286.
- McDonald, L. M., Sparks, B., & Glendon, A. I. (2010). Stakeholder reactions to company crisis communication and causes. *Public Relations Review*, 36(3), 263-271.
- Meyers-Levy, J. & Maheswaran, D. (1991). Exploring Differences in Males' and Females' Processing Strategy. *Journal of Consumer Research*, 18, 63-70.
- Meyers-Levy, J., & Maheswaran, D. (2004). Exploring message framing outcomes when systematic, heuristic, or both types of processing occur. *Journal of Consumer Psychology*, 14, 159-167.
- Nguyen, N., & Leblanc, G. (2001). Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions in services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(4), 227-236.

- Plant, E., A., Kling, K., C., & Smith, G., L. (2004). The influence of gender and social role on the interpretation of facial expressions. *Sex Roles, 51*(3-4), 187-196.
- Ponzi, L. J., Fombrun, C.J., & Gardberg, N. A. (2011). Reprtrak Pulse: Conceptualizing and validating a short-form measure of corporate reputation. *Corporate Reputation Review, 14*, 15-35.
- Trouw. (2011). *Slecht management oorzaak olieramp BP*. Verkregen op 13 februari, 2017, van: <http://www.trouw.nl/tr/nl/4324/Nieuws/article/detail/1847759/2011/01/06/Slecht-management-oorzaak-olieramp-BP.dhtml>
- Ultz, S., Schultz, F., & Glocka, S. (2013). Crisis communication online: How medium, crisis type and emotions affected public reaction in the Fukushima Daiichi nuclear disaster. *Public Relations Review, 39*, 40-46.
- Van der Meer, T.G.L.A., & Verhoeven, J.W.M. (2014). Emotional crisis communication. *Public Relations Review, 40*, 526-536.
- Van Riel, C.B.M., & Fombrun, C.J. (2007). *Essentials of corporate communications*. Abingdon, England: Routledge.
- Weiner, B. (1986). *An attributional theory of motivation and emotion*. New York: Springer-Verlag.
- Weiner, B. (1995). *Judgments of responsibility: A foundation for a theory of social conduct*. New York: Guilford Press.
- Zhang, L. (2015). *Publics' emotional responses expressed in different clusters of corporate crises*. (Master's thesis, Iowa State University). Overgenomen van: <http://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5710&context=etd>

Bijlage 1: nieuwsberichten

Nieuwsbericht 1 victim cluster: crisissituatie geen verantwoordelijkheid



Kinderhekjes van Dakro zijn toch veilig

Gepubliceerd op: 18 april 2017, 11:35

Klanten die de kinderhekjes genaamd Kiddie Flex van het woonwinkelbedrijf Dakro hebben gekocht, hoeven zich niet langer zorgen te maken. Eerdere berichten omtrent de onveiligheid van de hekjes, blijken geruchten te zijn.

De afgelopen dagen verschenen er op internet diverse berichten over dat de Kiddie Flex hekjes niet veilig zouden zijn doordat de hekjes te openen zijn zonder het verplichte tweede (voet)slot te gebruiken. Een peuter zou daardoor het hekje kunnen optillen en openen.

Uit navraag bij Dakro blijkt het enkel om geruchten te gaan en Dakro garandeert dan ook dat de hekjes gewoon veilig zijn. Daarnaast zijn voor de zekerheid de kinderhekjes nog een keer getest. De hekjes voldoen gewoon aan de Europese veiligheidsnorm EN1930:2011.

Door: *Nu.nl*



Kinderhekjes van Dakro niet veilig door technische fout

Gepubliceerd op: 18 april 2017, 11:35

Kinderhekjes van het woonwinkelbedrijf Dakro zijn uit de handel gehaald vanwege een technische fout in het productieproces.

Door een technische fout, kon het sluitingsmechanisme van de hekjes Kiddie Flex niet goed worden aangebracht. Doordat dit te laat werd opgemerkt, zijn er onveilige hekjes verkocht aan klanten.

De kinderhekjes zijn meteen uit de verkoop gehaald. Onderzoek moet nog uitwijzen hoe de technische storing heeft kunnen gebeuren. Dakro is druk bezig met het nemen van verschillende maatregelen zodat dergelijke problemen in de toekomst voorkomen kunnen worden.

Door: *Nu.nl*



Dakro wist van onveilige kinderhekjes

Gepubliceerd op: 18 april 2017, 11:35

Er zijn onveilige kinderhekjes door Dakro verkocht aan klanten ondanks dat Dakro hier vanaf wist.

Het gaat om de Kiddie Flex hekjes waarbij de hekjes te openen zijn zonder het verplichte tweede (voet)slot te gebruiken. Een peuter zou daardoor het hekje kunnen optillen en openen.

De laatste tijd is er veel chaos op het hoofdkantoor van Dakro door bezuinigingen. Daardoor zijn er verschillende organisatorische problemen ontstaan. Mogelijk spelen de bezuinigingen een belangrijke rol bij de kwestie. Toch zijn de onveilige hekjes Dakro erg aan te rekenen. Vooralsnog is het onbekend welke concrete maatregelen Dakro neemt om dergelijke problemen in de toekomst te voorkomen.

Door: *Nu.nl*

Bijlage 2: vragenlijst

Beste deelnemer, Hartelijk dank voor je deelname aan dit onderzoek. Je krijgt drie korte teksten te lezen en vervolgens worden er na elke tekst enkele vragen gesteld. Deze vragen gaan over jouw mening. Er zijn dus geen goede of foute antwoorden. Vul het antwoord in dat het beste overeenkomt met wat jij vindt. Je deelname is vrijwillig en anoniem. Door de vragenlijst in te vullen en te verzenden geef je toestemming dat je anonieme antwoorden worden opgeslagen voor onderzoeksdoeleinden. Daarnaast wordt er onder alle deelnemers een bol.com bon t.w.v. €10 verloot. Indien je hiervoor in aanmerking wilt komen, geef dan aan het einde van dit onderzoek je e-mailadres door. Klik hieronder om met het onderzoek te beginnen.

Lees de volgende tekst en beantwoord daarna de vragen



Kinderhekjes van Dakro zijn toch veilig

Gepubliceerd op: 18 april 2017, 11:35

Klanten die de kinderhekjes genaamd Kiddie Flex van het woonwinkelbedrijf Dakro hebben gekocht, hoeven zich niet langer zorgen te maken. Eerdere berichten omtrent de onveiligheid van de hekjes, blijken geruchten te zijn.

De afgelopen dagen verschenen er op internet diverse berichten over dat de Kiddie Flex hekjes niet veilig zouden zijn doordat de hekjes te openen zijn zonder het verplichte tweede (voet)slot te gebruiken. Een peuter zou daardoor het hekje kunnen optillen en openen.

Uit navraag bij Dakro blijkt het enkel om geruchten te gaan en Dakro garandeert dan ook dat de hekjes gewoon veilig zijn. Daarnaast zijn voor de zekerheid de kinderhekjes nog een keer getest. De hekjes voldoen gewoon aan de Europese veiligheidsnorm EN1930:2011.

Door: *Nu.nl*

1. In hoeverre ervaar je de volgende emoties na het lezen van de tekst

	Helemaal mee oneens (1)	Mee oneens (2)	Een beetje mee oneens (3)	Neutraal (4)	Een beetje mee eens (5)	Mee eens (6)	Helemaal mee eens (7)
Bezorgdheid (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angst (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vrees (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medeleven (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schuld (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verlegenheid (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schaamte (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Walging (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minachting (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Woede (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verdriet (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Ik vind deze organisatie

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)
Slecht:Goed (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Onverstandig:Verstandig (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ongeloofwaardig:Geloofwaardig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negatief:Positief (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ondeskundig:Deskundig (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Ik ben van plan om in de toekomst een kinderhekje te kopen bij Dakro

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)
Zeker niet:Zeker wel (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Dakro is een organisatie

	Helemaal mee oneens (1)	Mee oneens (2)	Een beetje mee oneens (3)	Neutraal (4)	Een beetje mee eens (5)	Mee eens (6)	Helemaal mee eens (7)
Waar ik een goed gevoel over heb (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die ik vertrouw (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Met een goede reputatie (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Ten slotte nog enkele vragen over jezelf: Wat is je geslacht?

- Man (1)
- Vrouw (2)

6. Wat is je leeftijd?

7. Wat is je hoogst genoten opleidingsniveau?

- Basisschool (1)
- Mavo/VMBO (2)
- HAVO (3)
- VWO (4)
- MBO (5)
- HBO (6)
- WO (7)

8. Dit was het einde van het onderzoek. Heel erg bedankt voor je deelname! Vergeet daarnaast niet om op de knop "verzenden" te klikken zodat je antwoorden worden opgeslagen. Indien je kans wilt maken op de bol.com bon t.w.v. €10, laat hieronder dan je e-mailadres achter.

Bijlage 3: plagiaatformulier

Verklaring geen fraude en plagiaat

Ondergetekende

[voornaam, achternaam en studentnummer],

Masterstudent aan de Letterenfaculteit van de Radboud Universiteit Nijmegen,

verklaart dat de beoordeelde scriptie volledig oorspronkelijk is en uitsluitend door hem/haarzelf geschreven is. Bij alle informatie en ideeën ontleend aan andere bronnen, heeft ondergetekende expliciet en in detail verwezen naar de vindplaatsen. De erin gepresenteerde onderzoeksgegevens zijn door ondergetekende zelf verzameld op de in de scriptie beschreven wijze.

Plaats en datum:

Handtekening: